

Asociación de Historia Contemporánea  
Actas del XIV Congreso

***DEL SIGLO XIX AL XXI. TENDENCIAS Y DEBATES***  
(Alicante, 20-22 de septiembre de 2018)

Mónica Moreno Seco (coord.)  
Rafael Fernández Sirvent y Rosa Ana Gutiérrez Lloret (eds.)



**BIBLIOTECA VIRTUAL  
MIGUEL DE CERVANTES**  
[www.cervantesvirtual.com](http://www.cervantesvirtual.com)

Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes  
Alicante, 2019

Asociación de Historia Contemporánea. Congreso (14.º. 2018. Alicante)

*Del siglo XIX al XXI. Tendencias y debates: XIV Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea, Universidad de Alicante 20-22 de septiembre de 2018 / Mónica Moreno Seco (coord.) & Rafael Fernández Sirvent y Rosa Ana Gutiérrez Lloret (eds.)*

Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. 2019. 2019 pp.

ISBN: 978-84-17422-62-2

Alicante, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2019.

Este libro está sujeto a una licencia de “Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)” de Creative Commons.



© 2019, Asociación de Historia Contemporánea. Congreso

Algunos derechos reservados

ISBN: 978-84-17422-62-2

Portada: *At School*, Jean-Marc Côté, h. 1900.

# GLI ANNI IN CUI TUTTO CAMBIÒ: IL TURISMO ITALIANO FRA IL 1936 E IL 1957<sup>\*3751</sup>

Patrizia Battilani  
(Università di Bologna)

## Introduzione

Gli anni che vanno dal 1936 al 1958 non sono abitualmente analizzati insieme dalla storiografia italiana, perché la cesura rappresentata dalla seconda guerra mondiale e dal ritorno ad un regime democratico nel 1946 è stata così profonda da fare da spartiacque fra due diverse epoche. Tuttavia, proporli in una visione unitaria può offrire spunti interessanti per analizzare il cambiamento di paradigma culturale ed economico avvenuto durante quei venti anni.

Il 1936 segna il definitivo distacco dell'Italia dalla Società delle Nazioni nonché la rinuncia ad ottenere in quel consesso il riconoscimento come grande potenza europea. E' l'anno in cui il governo fascista riesce a concretizzare il vecchio sogno di annettere l'Etiopia<sup>3752</sup>, avviando così una serie di reazioni a catena che culmineranno con l'uscita dell'Italia dalla Società delle Nazioni nel dicembre 1937 (quattro anni dopo l'uscita di Germania e Giappone). Ma è anche un momento di svolta nella storia dei consumi, perché l'isolamento politico portò a teorizzare l'isolamento economico, trasformando il protezionismo degli anni precedenti in una vera e propria politica autarchica, incentrata sul consumo dei soli prodotti italiani<sup>3753</sup>. A tal fine tra il 1937 e il 1940 fiorirono le comunicazioni pubblicitarie finalizzate ad orientare gli italiani (e soprattutto le madri e le casalinghe in generale) verso l'acquisto di prodotti nazionali<sup>3754</sup>.

Il 1957, invece, è l'anno in cui l'economia italiana avviò la fase più dinamica della sua storia, lasciandosi definitivamente alle spalle non solo l'autarchia fascista e la guerra, ma anche la faticosa ricostruzione post-bellica. Non a caso proprio in tale anno la televisione lanciò il primo programma nazionale di pubblicità televisiva, Carosello. L'Italia entrava così nella nuova era dei consumi di massa, traendo beneficio dal nuovo ordine mondiale affermatosi con la fine della guerra. In sintesi gli anni compresi fra il 1936 e il 1957 sono quelli in cui matura il più forte cambiamento mai avvenuto nel nostro paese per quanto riguarda il paradigma dei consumi e le politiche commerciali: si passa da un simbolismo legato al concetto di nazione e di forza, a tratti anticonsumista, ad uno che propone il consumo come rito collettivo comune a tutta la nuova società europea ed inoltre si passa dall'autarchia al libero scambio. Ma soprattutto la nuova democrazia italiana riesce in ciò in cui il fascismo era fallito: creare le basi economiche per rendere i consumi accessibili alla maggior parte della popolazione italiana e con essi mantenere saldo il consenso politico.

---

\* Este trabajo se enmarca en el Proyecto HAR2017-82679-C2-1-P: «El turismo durante la Guerra Civil y el primer Franquismo, 1936-1959. Estado y empresas privadas en la recuperación turística de España. Una perspectiva comparada». Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, España y Fondos FEDER.

<sup>3752</sup> Elisabetta TOLLARDO, *Fascist Italy and the League of Nations: 1922-1935*, Londra, Palgrave Macmillan, 2016.

<sup>3753</sup> Vera ZAMAGNI, *Dalla periferia al centro, La seconda rinascita economica dell'Italia (1861-1990)*, Bologna, Il Mulino, 2003.

<sup>3754</sup> Emanuela SCARPELLINI, *L'Italia dei consumi. Dalla bella époque al nuovo millennio*, Roma-Bari, Laterza, 2008.

Questo cambiamento porta con sé l'adozione di un diverso modello economico, e richiede importanti innovazioni dal punto vista del processo e del prodotto industriale. Ma non solo questo. Infatti, esso richiede anche di dare un nuovo significato simbolico ai beni di consumo e all'atto di consumare. Il turismo più di altri può aiutarci a comprendere la differenza simbolica profonda fra il rito del consumo del periodo fascista e quello che si affermerà negli anni cinquanta e sessanta. Una concettualizzazione utile per ragionare su continuità e permanenze e su valore d'uso e valore simbolico dei consumi ci viene dal mondo dell'economia ed è la distinzione fra *functional* (funzionale) e *soft* (estetica, simbolica) *innovation*<sup>3755</sup>.

Nel corso degli anni venti e trenta molte delle innovazioni funzionali destinate a costituire la base «tecnologica» del turismo di massa erano già state realizzate o per lo meno concettualizzate. Tuttavia questi nuovi simboli del prodotto turistico vennero in quegli anni narrati all'interno delle categorie dell'ideologia fascista. Dopo la guerra quando iniziò la ricostruzione non solo delle basi produttive ma anche delle pratiche di consumo, quelle stesse componenti della filiera turistica vennero riproposte con nuove immagini, spesso di derivazione americana, che consentirono l'inserimento del turismo nella nuova narrativa dello stato democratico e di uno sviluppo economico incentrato sull'apertura dei mercati.

### **Il turismo nel periodo fascista prima e dopo la cesura del 1936**

La consapevolezza del ruolo che il turismo poteva svolgere nell'economia nazionale maturò prima dell'avvento del fascismo e si concretizzò nel 1919 con la creazione dell'Enit, (Ente nazionale delle industrie turistiche), che fu anche il primo intervento nel settore da parte dello stato (se si esclude ovviamente la costruzione delle ferrovie che, pur favorendo il turismo, non fu ad esso finalizzata). I tecnici del ministero avevano ben presente l'esempio dello stato francese che, terminata la guerra, aveva mandato il consigliere per il commercio estero negli Stati Uniti allo scopo di individuare cosa poteva piacere ai turisti americani e come attirarli, essendo questi nuovi ricchi tra i visitatori più ambiti.

L'Italia poi si confrontava con il ridisegno dei propri confini. Il problema riguardava soprattutto le zone del Trentino e del Friuli-Venezia Giulia, per le quali si temeva che il passaggio all'Italia avrebbe causato la perdita della tradizionale clientela proveniente dalle regioni tedesche e austriache: in particolare v'era preoccupazione per le rinomatissime stazioni idrotermali e balneari. Ma la guerra non spezzò i flussi che si erano consolidati in precedenza, e già nel 1923 Trentino e Friuli-Venezia Giulia avevano riconquistato quella clientela che abitualmente, tra aprile e settembre, si recava alle terme, al mare o in montagna.

Inizialmente l'avvento del fascismo non produsse alcuna discontinuità con le politiche già avviate o messe in cantiere dai governi democratici. Così come non si ebbe alcuna particolare variazione nei flussi turistici internazionali, se non quelle dovute all'evolversi della situazione economica dei diversi paesi. In generale i turisti tedeschi e dell'ex impero asburgico (cecoslovacchi, jugoslavi, austriaci e ungheresi) tornarono a costituire il flusso principale verso l'Italia, seguiti (ma a grande distanza) da inglesi e nordamericani. Dal canto loro gli inglesi

---

<sup>3755</sup> Paul STONEMAN, *Soft Innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*, Oxford, Oxford University Press, 2010.

ripresero abbastanza rapidamente a frequentare la Liguria in inverno, le località alpine in estate e le città d'arte, anche se in percentuale essi rappresentarono una componente declinante del turismo italiano (tabella 1). Iniziò, invece, a crescere il numero dei turisti americani, tanto che nel 1928 ne erano arrivati ben 205711 a fronte di 155510 inglesi<sup>3756</sup>.

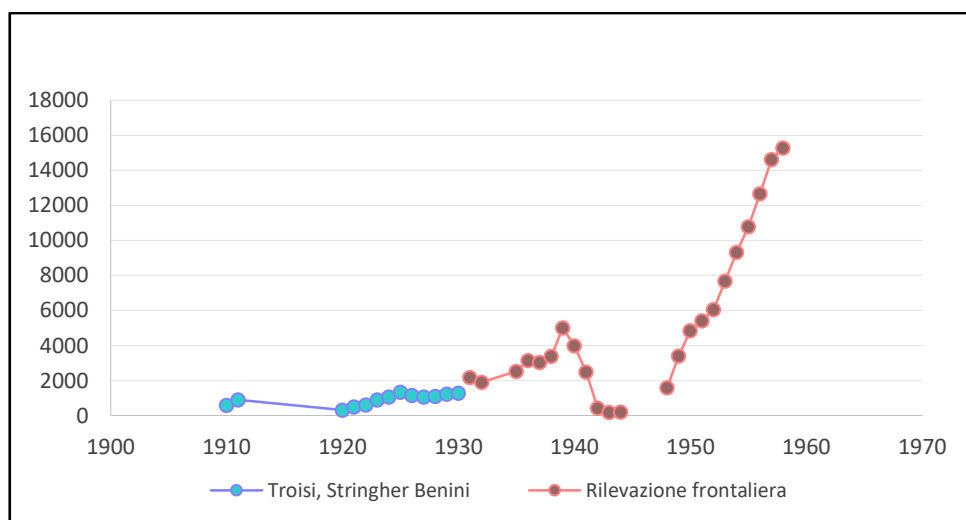
**Tabella 1. Stranieri entrati in Italia, distinti per nazionalità**

	1925**	1926	1927	1928	1929	1930	1949	1950	1955	1960
Austria*	20%	18%	6%	6%	6%	8%	5%	9%	14%	12%
Germania	25%	18%	21%	20%	24%	26%	0%	3%	18%	27%
Francia	8%	7%	6%	7%	8%	6%	25%	19%	11%	12%
Gran Bretagna	11%	15%	13%	13%	11%	10%	14%	10%	6%	9%
Svizzera	nd	nd	nd	nd	nd	nd	36%	33%	14%	14%
Stati uniti	11%	16%	18%	17%	17%	17%	8%	7%	5%	5%

(Fonte: Nostre elaborazioni da Enit, anni vari)

- \* Sino al 1926 i dati relativi all'Austria sono riportati assieme a tutte le altre nazioni che componevano l'impero austro-ungarico.
- \*\* Nel 1925 viene organizzato il giubileo per l'Anno santo e i flussi turistici risultano molto modificati dall'arrivo straordinario di pellegrini da tutto il mondo.

**Figura 1. Stranieri arrivati in Italia**



(Fonte: Enit, Rilevazione alle frontiere, anni vari.)

Marco AVANCINI, «La ripresa del turismo in Italia nella sua organizzazione ricettiva»,  
*The Tourist Review*, 2, 4, (1947), pp. 138-142)

<sup>3756</sup> ENIT.



In generale, nei venti anni del periodo fascista il turismo ebbe un andamento ciclico, per effetto delle vicende economiche e politiche di quella fase storica. L'unica variazione endogena al settore fu il boom del 1925 collegato all'organizzazione di un evento straordinario quale fu l'Anno Santo (Figura 1).

Negli anni successivi l'andamento dei flussi turistici provenienti dall'estero fu il seguente: si registrò una crisi nel 1927 che perdurò sino al 1928 dovuta alla rivalutazione della lira che rese l'Italia meno conveniente per gli stranieri; la ripresa del 1929 ebbe vita breve perché già nel 1931 gli effetti sui flussi turistici della Grande Depressione si fecero sentire anche in Italia; la ripresa venne poi interrotta da una nuova crisi tra il 1935 e il 1936; infine lo scoppio della guerra produsse un declino ed infine la quasi scomparsa di qualunque flusso turistico<sup>3757</sup>.

Le politiche turistiche del periodo fascista presero corpo in un'Europa in cui si stava riscrivendo il ruolo dello stato nell'economia. Il fenomeno già avviatosi negli anni Venti, esplose dopo la crisi del 1929 con l'affermarsi dello stato imprenditore. Il cambiamento è chiaramente visibile nel settore manifatturiero e in quello bancario, mentre resta quasi impercettibile negli altri servizi.

Quando si insediò il primo governo fascista nel 1922, l'Enit aveva già costituito il Consorzio italiano per gli uffici di viaggio e turismo, associando all'iniziativa gran parte degli stakeholder del settore, dalle ferrovie alle società di navigazione, dalle banche Comit e Banco di Roma, all'Unione delle Camere di Commercio al TCI. Nei primi anni del governo fascista (dal 1922 al 1926), il Consorzio si dotò di 33 uffici all'estero, entrando in conflitto con le agenzie di viaggio private. A seguito delle proteste della loro associazione, la funzione di vendita di biglietti venne separata da quella di promozione della destinazione turistica. L'Enit continuò ad occuparsi solo di quest'ultima, mentre le attività di agenzia furono distaccate ad un consorzio autonomo (CIT) partecipato dallo stato.

Si delineò così un modello di intervento pubblico incentrato sulla sola funzione promozionale. La destinazione Italia era promossa direttamente dallo stato, mentre le singole località provvedono da sé attraverso la creazione di aziende pubbliche locali. Infatti, con la legge del 1926 vengono create le aziende di soggiorno su base comunale e nel 1936 gli Enti provinciali di turismo per rendere possibile un coordinamento a livello provinciale. Le aziende di soggiorno poterono contare per la realizzazione delle loro attività di promozione sugli introiti della tassa di soggiorno, di cui divennero le destinatarie. In questo modo la tassa, che in Italia era stata istituita nel 1910, cominciò ad essere sistematicamente utilizzata per finalità turistiche, mentre prima spesso finiva nella fiscalità generale dei comuni. Per le città che potevano contare su un flusso notevole di turisti, la tassa garantì introiti molto importanti, permettendo di innescare un circolo virtuoso fra investimenti e arrivi turistici (fig. 2).

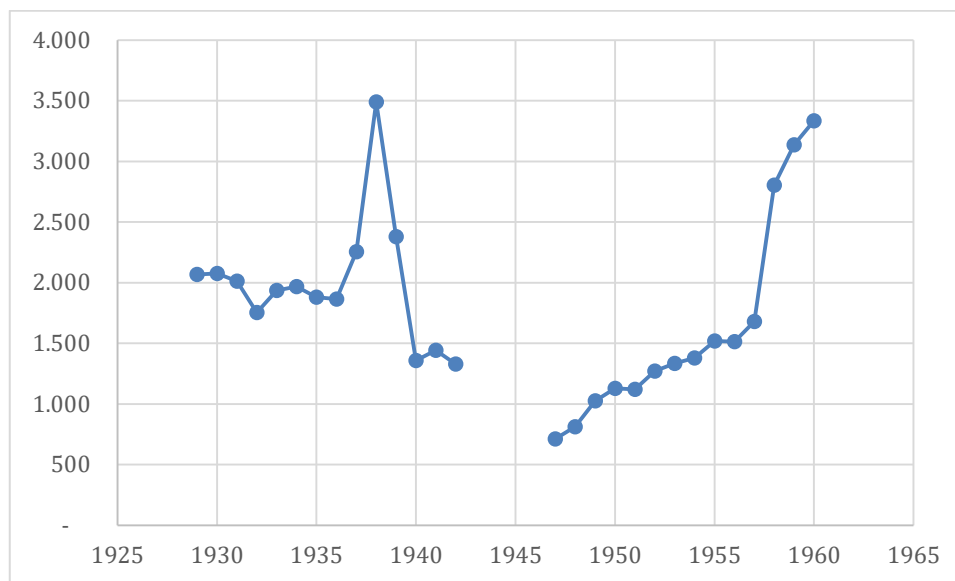
La presenza dello stato imprenditore rimase invece del tutto occasionale nella fornitura di servizi turistici. Oltre al già ricordato Cit, il governo intervenne dopo la crisi del 1929 nel settore termale, quando l'INFPS (Cassa nazionale per le Assicurazioni sociali) acquisì la proprietà di 5 stabilimenti termali (le terme di Battaglia, le terme della Fratta (Bertinoro), il Grande albergo di Salsomaggiore (1932) e le terme di S. Giuliano (1933). Le motivazioni dell'ingresso dello stato furono essenzialmente due: conservare e valorizzare il patrimonio idrologico del paese in virtù del contributo che poteva fornire alla salute pubblica (in sintonia con l'ideologia del nuovo uomo da

---

<sup>3757</sup> Nostre elaborazioni su dati ENIT.

costruire); salvare dal fallimento imprese importanti per il territorio che le ospitava (come risposta alla crisi economica).

**Figura 2. Introiti taxa di soggiorno (milioni di lire a valori costanti del 1958)**



(Fonte: Enit, Introiti taxa di soggiorno, anni vari)

Non solo gli interventi di salvataggio, ma l'insieme delle politiche turistiche fasciste ebbero sempre un carattere eccezionale, emergenziale. Così la Grande Depressione stimolò anche l'emanazione nel 1932 della legge per la rinegoziazione dei prestiti nel settore alberghiero, che di fatto fu la prima realizzazione di quel credito alberghiero che dal 1919 era oggetto di ragionamenti e proposte.

Dal 1937 le politiche turistiche furono dominate dall'organizzazione dell'Expo 1942, che poi in realtà non avrà mai luogo a causa della guerra, ma lascerà un'importante eredità urbanistica alla città di Roma. Per il governo e il partito fascista, tale evento rappresentava l'occasione per riaffermare il rango di potenza europea di primo piano, in un contesto in cui tale riconoscimento non era stato concesso dalla Società delle Nazioni.

L'importanza politica dell'evento creò le condizioni per l'elaborazione di un grande piano di rinnovamento dell'offerta alberghiera italiana, che nel decennio precedente si era ampliata in modo significativo con l'apertura di strutture piccole e semplici adatte a quel ceto medio che aveva cominciato a frequentare la montagna e il mare.

Il consiglio dei ministri nella seduta di oggi ha esaminato il problema alberghiero, per il quale si imponeva una risoluzione urgente e integrale, al riguardo ha deciso il concorso dello Stato nel pagamento degli interessi per il finanziamento pari a un miliardo [500 mila euro, nda] di costruzioni edilizie destinate ad uso albergo, di cui 500 milioni [250 mila euro] da raccogliere mediante emissione di obbligazioni. Il provvedimento interessa le località turistiche di tutta Italia. L'esposizione universale che sarà inaugurata nel 1941 attrarrà folle di stranieri che non si soffermeranno soltanto a Roma, ma coglieranno l'occasione per visitare anche le altre città

italiane... L'attrezzatura alberghiera qual è oggi se basta alle normali esigenze del movimento turistico è assolutamente insufficiente a fronteggiare le necessità di periodi straordinari e specialmente quelli derivante dall'Esposizione universale<sup>3758</sup>.

Come abbiamo visto, l'unica politica che si sottrasse alla filosofia dell'eccezionalità fu quella della promozione delle destinazioni. Tuttavia, dal 1926 in poi il governo cercherà di dominare completamente questo comparto attraverso l'Enit<sup>3759</sup>. Ancora una volta gli obiettivi prettamente turistici sembrano sconfinare nelle ragioni politiche.

Per comprendere l'atteggiamento contraddittorio delle politiche turistiche del periodo fascista, vale forse la pena di citare la famosa frase di Mussolini sui camerieri. «Noi non siamo un popolo di camerieri»: affermò con veemenza in occasione di uno dei suoi discorsi, allo scopo di sottolineare l'immagine di un'Italia forte, orgogliosa, protagonista della vita europea. Infatti, a dispetto delle frequenti immagini del Duce in vacanza a Riccione, in realtà il turismo non attirò più di tanto l'attenzione del governo fascista.

### **Un settore che sta cambiando: le innovazioni architettoniche, urbanistiche e tecnologiche**

Sino al 1938 la ciclicità che sopra abbiamo descritto si inserì in un contesto di complessivo incremento dei flussi turistici, soprattutto di quelli italiani. Il fenomeno del viaggio e della villeggiatura stava vivendo la sua prima trasformazione da che la rivoluzione industriale aveva fatto nascere il turismo di élite e reso le stazioni termali luogo di incontro dei ricchi di tutta Europa. Per la prima volta il turismo stava cambiando natura, stava diventando qualcosa di diverso dal soggiorno prolungato nei centri termali o dal viaggio culturale nelle città d'arte.

Come ebbe a scrivere nel 1928, il funzionario del ministero responsabile delle prime rilevazioni statistiche degli arrivi turistici negli alberghi italiani, Marco Avancini:

«Vogliamo qui accennare a quel fattore negativo del movimento turistico che è costituito dall'accelerato ritmo con il quale si compiono i viaggi, per cui il turismo pare che vada perdendo il suo carattere essenziale di viaggio istruttivo e divertente ad un tempo, per assumere le caratteristiche di un sport. Tende a scomparire l'elemento intellettuale morale del viaggio che va invece diventando dinamismo, esercizio fisico; e cioè non si viaggia più per vedere, per istruirsi, per riposare la mente; ma semplicemente per viaggiare. Anche chi ha bisogno di una cura in una stazione climatica o in un centro termale si annoia presto e interrompe il soggiorno prima del termine prestabilito<sup>3760</sup>».

Ancora più consapevoli della trasformazione in atto erano gli albergatori, che nel corso degli anni avevano visto cambiare i gusti e le esigenze della loro clientela. Quando l'Italia uscì dalla Società delle Nazioni, la nuova concezione del turismo era già radicata nel contesto italiano e aveva contribuito all'obsolescenza di alcune tipologie di alberghi. Il fenomeno era particolarmente

---

<sup>3758</sup> «Il problema alberghiero. Un miliardo finanziato» *Gazzettino dell'albergatore*, 4 (1937).

<sup>3759</sup> Taina SYRJAMAA, *Visitez l'Italie. Italian state tourist propaganda abroad, 1919-1943: administrative structure and practical realization*, Turku, Annales Universitatis Turkuensis, 1997.

<sup>3760</sup> Marco AVANCINI, *Statistica del movimento turistico in Italia*, Roma, Enit, 1928, p. 5.



evidente nelle città d'arte, che da secoli ricevevano un turista colto e ricco che aveva sempre cercato grandi alberghi esclusivi. Come ricordava un esponente della Federazione degli albergatori:

«Nella gioventù moderna il godimento delle bellezze artistiche ha ceduto il passo all'entusiasmo per le manifestazioni sportive e ai luoghi di soggiorno nelle città artistiche si sostituiscono di preferenza le stazioni adatte ad ogni tipo di attività fisica... Non è affatto un'ironia dire che i gusti del pubblico turistico variano in un tempo molto più ridotto di quanto richieda l'ammortamento in un albergo, specie di quelli a carattere stagionale<sup>3761</sup>».

Così una caratteristica fondamentale dei grandi alberghi di lusso, quale l'esuberanza dello spazio, era diventata eccessiva ed inutile, mentre una serie di comodità un tempo disponibili solo a prezzi elevati (l'acqua corrente, il bagno, il telefono) erano ora applicate su larga scala e disponibili anche nelle strutture di qualità intermedia.

L'innovazione nel settore turistico fu ampia, diversificata ed estesa a diverse fasi della filiera, anche se resta tutt'ora difficile quantificarla sia perché coinvolse dimensioni non presenti nel mondo industriale, come la progettazione architettonica e l'elaborazione urbanistica sia perché spesso si intrecciò con quella di altri settori.

Come abbiamo visto, l'emergere di un turismo legato all'attività fisica, quasi in contrapposizione al nutrimento culturale dei soggiorni nelle città d'arte ed altrettanto distante dalle esperienze salutiste e ricreative delle prime città d'acqua, stimolò la ricerca di nuove soluzioni architettoniche e urbanistiche.

Vennero ad esempio realizzate strutture alberghiere di nuova concezione. Tuttavia, dal punto di vista architettonico, l'unico modulo che sembrò fare davvero i conti con il turismo di massa fu quello delle colonie per i bambini, che però, perpetuando una tradizione ottocentesca, occupò le aree marginali, non ancora turisticizzate del litorale. Infatti, gran parte della nuova generazione di alberghi di piccola dimensione fu realizzata senza specifici studi architettonici ma come semplice estensione delle abitazioni.

Inoltre pose nuove sfide anche alla pianificazione urbana, che era ai suoi primi passi. In alcuni contesti, l'urbanistica riuscì a contribuire non solo all'innovazione urbana ma anche alla elaborazione del prodotto turistico. Ad esempio il piano regolatore di Rimini (costa Adriatica) del 1934 era stato elaborato «secondo principi e tecniche in sintonia con le esperienze nazionali più aggiornate» e tenendo conto anche delle esigenze «della colonia internazionale»<sup>3762</sup>. Un piano, quindi, capace di partecipare alla costruzione di un prodotto che, occorre sottolineare, segue ancora il gusto e la capacità di spesa della borghesia italiana e dei viaggiatori internazionali.

Ci fu poi l'invenzione delle città della neve in contesti che non avevano alcuna tradizione urbana, come il Sestriere, vicino a Torino, che realizzato tra il 1932 e il 1938 sarà fonte di ispirazione per la costruzione delle stazioni sciistiche francesi del secondo dopoguerra<sup>3763</sup>.

---

<sup>3761</sup> Giorgio CAMPIONE, *La situazione degli alberghi in Italia nell'ultimo decennio e le possibilità di nuovi orizzonti, a cura della federazione nazionale fascista dirigenti di aziende commerciali*, Roma, Tipografia operaia romana, 1936.

<sup>3762</sup> Patrizia BATTILANI, «Ascesa, crisi, riorientamento del turismo», in Vera ZAMAGNI, *Sviluppo economico e trasformazioni sociali a Rimini nel secondo novecento*, 2003, Capitani, Rimini.

<sup>3763</sup> P. BATTILANI, «L'americanizzazione del turismo europeo», in *La rivoluzione dei consumi. Società di massa e benessere in Europa. 1945-2000*, a cura di E. SCARPELLINI e S. CAVAZZA, Bologna, il Mulino, 2010.

Persino più rilevanti furono i cambiamenti che riguardarono i mezzi di trasporti: se il turismo d'élite ottocentesco si era sempre spostato in carrozza e poi in treno, nella seconda metà del Novecento la mobilità dei nuovi turisti sarà garantita da auto e aerei. Il periodo fascista si colloca quindi in una fase di transizione in cui progressivamente aereo e auto vengono inclusi nell'immaginario turistico degli italiani e degli europei in generale. In Italia l'aviazione civile aveva iniziato le sue attività negli anni venti, con la creazione della società Aero Espresso Italiana che operava sulla linea Brindisi-Atene-Constantinopoli. Ad essa era seguita la costituzione di una manciata di altre piccole compagnie. Nel 1930 operavano sei compagnie (Aero Espresso Italiana, Sisa, Sana, Transadriatica, Sai, Sam). Tutte erano state create con capitali esclusivamente italiani, fatta eccezione per Sana che era parzialmente controllata dalla Uk Imperial Airways. Gli aiuti di stato, inizialmente, si limitarono alla distribuzione di sussidi per precise rotte. Tuttavia, nel 1927 il governo italiano decise di assumere il controllo di Adria Aero Loyd, sino ad allora controllata dalla Lufthansa. La crisi del 1929 influenzò l'evoluzione del settore stimolando ulteriori razionalizzazioni. Nel 1935 solamente due società italiane erano ancora attive: la compagnia di bandiera Ala Littoria (interamente di proprietà dello stato) che aveva acquisito quattro altre compagnie<sup>3764</sup>; la Avioline Italiane controllata dal gruppo Fiat. Si trattava di linee sovvenzionate dallo Stato con un sistema che prevedeva la riduzione unitaria delle sovvenzioni con il crescere del traffico. Così nel 1935-36 di fronte a 66 milioni di sovvenzioni l'Ala Littoria trasse dal traffico 31 milioni; nel 1936-37 le sovvenzioni crebbero a 77 milioni, ma a sua volta il traffico ne rese 66. Nel primo caso si ebbe una perdita economica di 35 milioni, nel secondo caso la perdita scese a soli 11 milioni<sup>3765</sup>. Negli anni successivi, l'espansione e l'organizzazione dei servizi rispose non solo alle esigenze del traffico aereo, ma anche alle Relazioni internazionali. L'evento più importante fu l'istituzione di voli regolari verso il Sud America. Allo scopo lo stato italiano costruì una nuova società, la Lati. A dispetto di tutti questi sviluppi, l'aviazione civile quasi scomparve con lo scoppio della guerra. In genere, le vecchie società non sopravvissero, in Italia come altrove.

Anche se sulla carta l'impegno del governo italiano nel settore aeronautico aveva motivazioni politiche ed industriale, ben presto si manifestò il legame con il turismo. Da questo punto di vista uno degli esempi più interessanti è la realizzazione delle infrastrutture aeroportuali di Rimini, già all'epoca apprezzata località balneare (aveva registrato 48315 arrivi nel 1930, 74953 nel 1933 e 56456 nel 1939). Qui, nel 1938, venne inaugurato un aeroporto (in località Miramare) destinato a svolgere un ruolo molto importante nella storia turistica cittadina degli anni sessanta. Il primo aeromotore civile era atterrato in città nel 1930, proveniente da Milano e pilotato dal podestà della località balneare, il quale all'epoca era un dirigente della Avioline Italiane (questa società all'epoca gestiva rotte molto importanti come la Milano-Roma, la Milano-Trento-Monaco). Nello stesso anno il Ministero dell'Aeronautica aveva concesso l'autorizzazione per una prima linea turistica sperimentale. Era stata così costruita una prima pista in terra battuta, alla quale negli anni successivi seguì la realizzazione di un primo hangar, di una palazzina, fino alla realizzazione di un aeroporto vero e proprio nel 1938<sup>3766</sup>. Nel 1931 la pista di Miramare era stata scelta come scalo della linea area Roma- Londra. Inoltre nello stesso anno questa linea era stata collegata, sempre per via aerea, con Venezia, Vienna, Monaco di Baviera al nord e Brindisi al sud<sup>3767</sup>. Infine, il 20 luglio 1939 fu inaugurata la prima linea area regolare notturna, la Rimini-Milano, allo scopo di permettere agli uomini d'affari di rientrare a Milano dopo aver trascorso una giornata di riposo

---

<sup>3764</sup> CAPRONI.

<sup>3765</sup> Filippo TAJANI, «Trasporti», *Rivista Internazionale di Scienze Sociali*, 9 (1938), pp. 379-390.

<sup>3766</sup> «Per le più potenti ali d'Italia», *Il popolo di Romagna*, 16.4.1938.

<sup>3767</sup> «La linea aerea Roma-Londra», *Il popolo di Romagna*, 4.5.1931.

sull'Adriatico. Si può ben dire che, alla fine degli anni trenta, Rimini fosse collegata per via aerea alle maggiori città italiane ed europee. Si trattava ovviamente di una infrastruttura che interessava una piccolissima élite e con un flusso di viaggiatori insignificante (anche perché gli aerei dell'epoca erano molto piccoli), ma quello che qui è importante mettere in evidenza è la felice intuizione di una connessione fra trasporto aereo e turismo da parte delle autorità riminesi dell'epoca e in generale del governo fascista.

Anche l'uso dell'auto viene incentivata. Ricordiamo ad esempio che fra le misure atte a promuovere l'arrivo di viaggiatori dall'estero vi fu dal 1935 la distribuzione di buoni benzina. Inoltre tra gli anni venti e gli anni trenta vennero realizzate le prime autostrade, tra l'altro tutte con nomi che rimandavano in qualche modo al turismo: la Milano-laghi nel 1925-26, la Roma-Ostia nel 1928 e la Firenze-mare nel 1933.

**Tabella 2. Stranieri entrati in Italia, distinti per via di accesso**

	% ferrovia	% strada	% aeroporti	% porti
<b>1931</b>	42	53	0	5
<b>1936</b>	28	69	0	3
<b>1940</b>	58	34	1	6
<b>1948</b>	53	39	4	3
<b>1955</b>	26	68	3	2
<b>1960</b>	24	70	4	2

(Fonte: Enit, Rilevazione alle frontiere, anni vari)

L'esito di tali strategie si può leggere nella tabella 2, che ci racconta il progressivo declino della ferrovia a favore dell'automobile tra il 1931 e il 1936 e poi dal 1940 l'arrivo dei primi turisti in aereo.

In conclusione quelle che saranno le componenti del prodotto turistico degli anni Cinquanta erano già state tutte codificate e predisposte nel periodo fascista: gli alberghi per ceto medio, i collegamenti automobilistici e quelli aerei. Infine, si può aggiungere che con la creazione del Cit, il Consorzio italiano per il turismo, era anche stata creata una rete di agenzie di viaggio con capitale miste pubblico privato. Quella che possiamo chiamare l'innovazione funzionale (di processo, di prodotto, e di organizzazione) aveva già posto le sue basi negli anni Trenta ed attendeva solamente l'avvio di una congiuntura economica internazionale più favorevole.

### **Il significato simbolico dei consumi e l'uomo nuovo fascista: l'auto, gli aerei e il loro rapporto con il turismo**

Sarebbe tuttavia un errore rappresentare il turismo del periodo fascista in completa continuità con quello che si sviluppò negli anni che seguirono la seconda guerra mondiale. Infatti, se dal punto di vista dell'innovazione funzionale molte innovazioni erano già state introdotte, tuttavia il

significato simbolico dei consumi turistici venne completamente riscritto. Si potrebbe dire che attraverso la *soft innovation*, l'immaginario turistico dell'Italia venne completamente riscritto.

Il fascismo era un'ideologia totalitaria e come tale aveva elaborato una propria concezione di progresso e di società e aveva anche definito le caratteristiche morali del nuovo uomo capace di costruire e abitare il mondo che così prendeva forma.

Questa ideologia prendeva a prestito dal futurismo una parte del suo simbolismo, soprattutto quello legato all'idea di movimento, di velocità: «un automobile ruggente che sembra correre sulla mitraglia è più bello della Vittoria di Samotracia»<sup>3768</sup>. Il fascismo abbraccia il mito della velocità e lo usa per la propria propaganda politica, associandolo soprattutto a due mezzi di trasporto, l'auto e l'aereo. Per comprendere cosa significa il volo nella costruzione dei miti del fascismo è utile descrivere il mosaico che venne realizzato a Forlì, all'interno di quella che oggi è una scuola media e all'epoca era il collegio aeronautico (fu realizzato da Cesare Valle). Completato fra il 1938 e il 1941, dalla ditta romana L. Rimassa su disegno del pittore viterbese Angelo Canevari, (che aveva già partecipato, insieme ad Achille Capizzano alla realizzazione dei mosaici del Foro Italico a Roma)<sup>3769</sup>, i mosaici raccontano la storia del volo da Icaro a Venanzio da Sebenico (1615), dalla creazione delle prime rotte internazionali ai primati di velocità infranti di anno in anno. Il suo significato simbolico è racchiuso nella frase di Mussolini incisa a metà percorso: «La legge che ci forzava a strisciare per terra è superata. Il sogno di Icaro, il sogno di tutte le generazioni va traducendosi in realtà. L'uomo ha conquistato l'aria» (Mussolini, 9 luglio 1910).

Il mosaico si chiude con la rappresentazione della Campagna italiana di Grecia (28 ottobre 1940 e il 23 aprile 1941), vale a dire lo sganciamento di 4829 tonnellate di bombe e l'abbattimento di 261 velivoli da parte dell'aeronautica italiana sulle città greche. Questo mosaico che si estende per XX metri lineari, decorava il Collegio aereonautico, che nel 1941 fu intestato a Bruno Mussolini, il figlio del Duce che morì a 23 anni mentre sperimentava un prototipo di aereo. Il volo, gli aerei assunsero un significato simbolico fortissimo e divennero espressione dei contenuti essenziali dell'ideologia fascista: velocità, potenza, modernità. Anche le automobili e i motoscafi si inserivano nel medesimo quadro valoriale e vennero ampiamente utilizzati per la propaganda fascista. Questi elementi dominarono anche la propaganda e l'immaginario turistico.

Il turismo in generale poi si configurò come un altro dei tasselli necessari per la costruzione dell'uomo nuovo fascista. Esso permetteva di garantire la salute fisica e psicologica dei lavoratori e delle giovani generazioni e di conseguenza una maggiore produttività. «La salute dell'operaio quale capitale redditizio dell'industria»: recitava un lungo articolo comparso a puntate su L'assistenza sociale dell'industria del 1938».

I numerosi filmati dell'Istituto Luce che ritraggono Mussolini in vacanza al mare sono sempre molto attenti a trasmettere un'immagine di velocità e prestanza fisica (che si manifesta nello svolgimento di attività sportive). Lo stesso fanno cartelloni e filmati pubblicitari. Il turismo non è un fine, ma è un mezzo per garantire alla patria forti soldati e lavoratori.

---

<sup>3768</sup> Filippo Tommaso MARINETTI, *Manifesto del futurismo*.

<sup>3769</sup> U. TRAMONTI, *Le radici del razionalismo in Romagna. Itinerari nel comprensorio Forlivese*, Forlì 2005, pp. 38-39.

## **Il secondo dopoguerra: gli americani e la nuova narrazione sui consumi**

La guerra distrusse una fetta importante delle strutture turistiche, dagli alberghi alle reti viarie e ferroviarie. L'unica eredità che lasciò furono le piste di atterraggio per gli aerei (ora però di competenza del Ministero della Difesa) e una discreta quantità di aerei cargo militari reperibili sul mercato dell'usato e facilmente convertibili ad usi pacifici. La ricostruzione del paese, anche grazie agli aiuti del Piano Marshall, fu quindi anche l'occasione per un rinnovamento complessivo delle strutture turistiche, a partire dagli alberghi. I turisti ritornarono quasi subito a frequentare l'Italia.

La guerra interruppe quasi completamente i flussi turistici. Tuttavia già nel 1946 ci fu un lento ritorno alla normalità e poi al successo vero e proprio (vedi figura 1). Se guardiamo ai turisti internazionali, i primi a ritornare furono gli Svizzeri, che grazie alla neutralità non avevano vissuto i drammi della guerra, e i francesi. I tedeschi ricomparvero solo dopo il 1950, per poi ritornare nel giro di pochi anni il flusso turistico più importante per l'Italia, seguiti da austriaci e svizzeri. Anche gli inglesi furono fra i primi a ritornare, anche se loro incidenza andò via via diminuendo man mano che aumentò l'afflusso dei tedeschi nelle città balneari. Non ci fu, invece, l'auspicato boom delle presenze americane, che non ritornarono mai alle percentuali degli anni Venti e Trenta.

Le diverse provenienze corrispondevano anche a differenti tipi di domanda: i tedeschi si sistemavano spesso in ostelli per la gioventù, case per le ferie, istituti religiosi o campeggi e poi, man mano che vennero realizzati i piccoli hotel, dei quali per molto tempo furono i principali clienti; mentre gli americani, appartenenti ad una fascia di reddito superiore, di preferenza alloggiavano negli alberghi di prima categoria. Diverse erano anche le mete: mentre i tedeschi e gli austriaci sceglievano le località alpine o della costa, gli americani preferivano i viaggi culturali e sceglievano la capitale e i centri turistici già affermati.

Il particolare profilo dei turisti americani condizionò anche le strategie del Piano Marshall nel settore turistico, non solo in Italia ma anche in Francia. Come Christopher Endy ha accuratamente ricostruito per la Francia, i funzionari americani del Piano Marshall tentarono di modificare le caratteristiche dell'offerta ricettiva francese, sulla base dei modelli introdotti nei decenni precedenti negli Stati Uniti a scopo di favorire il turismo della classe media (e in particolar modo di quella americana, desiderosa di visitare la Francia). Tuttavia, gli albergatori francesi opposero resistenza e rimasero fedeli alle loro tradizioni: essi ritenevano che il comparto alberghiero fosse una sorta di Ambasciatore del «genio nazionale» e che quindi non dovesse offrire prodotti standardizzati, quanto una cucina di buon livello e servizi personalizzati<sup>3770</sup>. Si tenga conto che anche i percorsi innovativi di riferimento erano profondamente diversi da quelli americani: la modernizzazione degli alberghi alla quale i francesi pensavano aveva come obiettivo di estendere alla classe media i rituali della cultura aristocratica e elitaria piuttosto che definire un nuovo standard sulla base delle preferenze e dei valori del ceto medio americano<sup>3771</sup>. Anche in Italia la ricostruzione andò in una direzione diversa da quella auspicata dagli estensori del Piano Marshall e portò alla proliferazione di centinaia di migliaia di piccoli alberghi a conduzione familiare, soprattutto lungo le coste e in montagna. Strutture di sicuro non attraenti per quella quota del 7% di turisti provenienti dagli Stati Uniti.

---

<sup>3770</sup> C. ENDY, *Cold war holidays. American tourism in France*, Chapel Hill and London, The University of North Carolina Press.

<sup>3771</sup> *Ibidem*.

Ma soprattutto i funzionari del Piano Marshall non furono in grado di prevedere il grande sviluppo del turismo europeo, così forte e rapido da rendere la quota dei turisti americani piuttosto contenuta. L'esplosione del prodotto mare, dapprima sulle cose francesi ed italiane e poi su quelle spagnole generò un afflusso di turisti europei del tutto straordinario.

Infatti, nel complesso, la grande novità del secondo dopoguerra fu rappresentata dalla dimensione dei flussi, assolutamente non confrontabili con quelli degli anni Trenta. A sostenere tale crescita concorse anche la domanda interna: infatti negli anni Cinquanta e Sessanta le vacanze entrarono a far parte delle abitudini delle famiglie italiane cosicché anche nel nostro paese fu possibile completare il passaggio dal turismo di élite a quello di massa. Anche gli operai, che ormai godevano tutti di ferie retribuite, divennero clienti delle località balneari o montane: alla fine degli anni Sessanta gli italiani che andavano in vacanza erano quindi ben tre volte quelli degli anni Trenta. Automobili e vacanze (a dire il vero assieme agli elettrodomestici) divennero da subito i simboli del miracolo economico italiano. Per gli aerei fu necessario attendere più a lungo, fino a quando una nuova modalità organizzativa, quella dei voli charter permise di emettere i biglietti a prezzi accessibili al ceto medio.

Nel dopoguerra, quindi, le componenti materiali del prodotto turistico non cambiarono molto rispetto al periodo fascista e dal punto di vista funzionale il dopoguerra fu molto simile agli anni venti e trenta.

Tuttavia cambiò profondamente l'immaginario della vacanza e anche il significato simbolico di molte sue componenti, come nel caso degli aerei e delle automobili.

Su questo ebbe una qualche influenza anche il Piano Marshall, con le nuove immagini che lasciò dietro di sé. I consumi in generale (le auto, il volo aereo, le vacanze) iniziarono ad essere rappresentati comune uno strumento per cercare la felicità e persero la connotazione di velocità, potenza, rigenerazione dell'uomo nuovo che avevano avuto in epoca fascista. Il cinema contribuì enormemente a creare attorno a quelli che erano stati i simboli della potenza e della velocità del periodo fascista, vale a dire le automobili e gli aerei, nuovi contenuti semiotici quali felicità e libertà di movimento. Anche attraverso il cambiamento delle immagini si realizzò il superamento del totalitarismo fascista.

## **La soft innovation del settore turistico**

Esiste da tempo una letteratura economica che studia l'innovazione anche nella sua dimensione semiotica. Tale approccio è nato per rispondere ai temi delle industrie creative, le quali basavano e basano il loro sviluppo su un'innovazione che solo occasionalmente è di tipo funzionale. Lo schema della soft innovation è però molto utile anche per ragionare su altri settori. Poi, in fondo, il turismo può essere considerato un'industria creativa! Ma soprattutto ci pare uno schema utile per comprendere quello che avviene nelle fasi di profonda trasformazione sociale e politica. L'economia spesso si caratterizza per una continuità che travalica periodi storici ed epoche. Spesso ha una sua propria cronologia. Dal punto di vista tecnologico gli anni fra le due guerre e gli anni Cinquanta presentano molti tratti comuni. Cambia poi il mondo delle relazioni internazionali e con esso anche le politiche commerciali.



La storia del turismo italiano a cavallo fra fascismo e ricostruzione ci permette di focalizzare l'attenzione sul cambiamento che avviene nel significato di alcuni riti di consumo, quali ad esempio la vacanza e la mobilità in generale.

Molte consuetudini vennero ereditate dal periodo fascista così come molti modelli organizzativi, ma il senso della vacanza cambiò radicalmente. E questo cambiamento fu trainato non solo dalla *soft innovation* praticata dagli operatori turistici ma anche da quella delle industrie creative in generale. Così le destinazioni turistiche assunsero progressivamente l'immagine di tempio del consumo che hanno conservato sino ad oggi.